

注释：

转自 E·舒尔曼：《科技文明与人类未来》，东方出版社 1995 年版，第 138 页。

Foucault, Michel., Text/ Context of other space, Diacritics, 1986, 1, p. 16.

约翰·哈伊津哈：《中世纪的衰落》，中国美术学院出版社 1997 年版，第 164 页。

邓正来、[英] J. C. 亚历山大编：《国家与市民社会——一种社会理论的研究路途》，中央编译出版社 1999 年版，第 72 页。

Stephen. Toulmin, Cosmpolis, New York: The Free Press, 1990, p. 33.

R. 威廉斯：《电视：技术与文化形式》，《世界电影》2000 年第 2 期，第 80 页。

丹尼尔·贝尔：《资本主义文化矛盾》，三联书店 1989 年版，第 156 页。

F·贝尔：《技术帝国》，三联书店 1999 年版，第 98 页。

⑭ 詹明信：《晚期资本主义文化逻辑》，三联书店 1997 年版，第 293、290 页。

麦克卢汉：《理解媒介》，商务印书馆 2000 年版，第 122 页。

⑪ 安东尼·吉登斯：《现代性与自我认同》，三联书店 1998 年版，第 19 页。

⑫ 刘小枫：《现代性社会理论绪论》，上海三联出版社 1998 年版，第 347 页。

⑬ 刘小枫：《沉重的肉身》，上海人民出版社 1999 年版，第 170 页。

(作者系南京审计学院对外汉语系副教授)

【责任编辑：张国涛】

# 试析反打镜头在电视节目中的运用

阎立峰

反打镜头 (reverse angle shot), 是电视节目中最常使用的一种拍摄和剪辑手法。然而“平常”却并不意味着没有实践总结和理论探讨的必要。事实上恰恰由于对此的轻视, 使得当下的一些电视节目在反打镜头的运用上多有不尽合理之处。不合理的甚至是冗杂的反打镜头, 不仅影响到电视节目编排的流畅和紧凑, 还可能造成信息在传播过程中的损耗, 观众看着也费劲。

本文中的电视节目, 主要指演播室内的表演、访谈节目, 以及由电视转播的剧场文艺演出, 以及“大讲堂”之类的教育节目。这些节目的一个共同特点, 就是节目现场具有清晰的观、演界限——一小部分人在表演 (或讲课), 另一部分人当受众。没有现场观众的单“演”或单“播” (如新闻节目) 则不在讨论之列。

为什么一定要强调屏幕上的观演关系呢? 这就牵涉到反打镜头的本义及其在电视节目中的运用。我们知道, 反打镜头源自电影实践, 一般用于两人 (推而广之是双方) 的对话场景。反打是相对于正打而言。当第一个镜头以正在说话的角色 A 为中心——此为正打, 接着切入旁观者或听众对前一个镜头内容的反应——此为反打, 也称作反应镜头 (reaction shot)。从拍摄角度讲, 反打镜头与正打镜头相差 180 度 (当然实际情况并不真的是 180 度)。电影中正反打镜头的运用较为复杂, 有过肩还是不过肩、越轴不越轴, 以及主观观点和客观视点的变化等等, 此处不再赘言。在电视节目的录播中, 如果说以演员、主持人、嘉宾等“传者”为关注对象的镜头是正打的话, 那么反打镜头就是

指那些切入的对准现场观众 (“受者”) 的镜头。从宽泛的意义上讲, 电视节目的“传者”们是在“演”, 现场观众则是在“观”。电视节目的观演关系遂确立。

综合来看, 目前电视节目中反打镜头所承担的功能主要有: (1) 交代环境——描述演播室及剧场内观演双方的空间关系, 以及现场观众的一般组成状况; (2) 展示观演双方的对话交流活动, 这包括节目现场“传者”有意识地与“受者”进行互动, 以及“受者”主动地参与到节目进程当中去; (3) 单纯地作为反应镜头, 捕捉现场观众对节目的即时反应; (4) 当节目不是当场切换而是要做后期编辑时, 插入观众的反打镜头能掩盖剪辑跳点; (5) 将现场观众设置为“反应角色” (类似于相声中的“捧哏”), 以烘托气氛, 并引导电视观众使之产生同感; (6) 广告作用, 如通过反打镜头突出观众阵营中的某些人或物 (广告衫、标语) 的形象, 达到强制电视观众注意的目的。

换个角度, 即由电视编导的主观态度的介入程度讲, 反打镜头又可被区分为以传播信息为主的客观再现型和以表达情感为主的主观表现型。再现型旨在忠实记录和在屏幕上还原演播室或剧场内的真实场景, 反打镜头正是他们的再现手段之一; 表现型往往通过精心设计和挑选的反应镜头和“反应角色”, 来表达电视编导的意图。在传播方式和接受效果上, 前者寻求以节目本身的魅力来自然地打动电视观众, 后者较偏重形式, 试图通过人为的塑造和附加意义来引导、说服观众。在技术方面, 再现型的反打偏爱全景镜头, 镜头中的视觉信息量大, 保持了现场观众表情

和状态的完整性和自然性；同时镜头持续的时间短，不会使电视观众产生节目被人为中断的感觉。表现型的反打喜欢用中景乃至特写，以达到抒情、强调节目主题或者广告发布之目的；另外这类镜头在屏幕上停留的时间较长，由于镜头不能及时返回到中心表演区，往往导致与电视观众兴趣点的背离。

无论再现型反打还是表现型反打，都不过是电视节目的一种叙事技巧，各有各的应用环境，互相是不能替代的，更很难说哪个更优。在节目创作实践中，惟一正确的原则是服从于节目的内容和风格的需要，尽量做到合理与平衡。

因此，关键就是如何处理好反打镜头与电视节目整体叙事的关系。“叙事”一词用在此处可能有些小题大做，但似乎设有一个更恰当的概念能囊括如下意思：其一，原生态的演播室场景只是素材，呈现在电视屏幕上的节目（不管是现场切换还是后期制作）都是经过编导人员主观理念改造和建构的产物。比如，相对于采用大全景把演播室内的观演双方集中在一个单镜头内这一处理方式，那么正反打镜头的交替运用实质就是对空间统一的分割和重组。反打镜头可以强化和突出电视节目自身所包含的或隐或显的因果关系、悬念、移情等因素，而形成节目自身内在的逻辑线索（或是情感逻辑，或是故事逻辑），此为叙事。换种说法，叙事是“为自然立法”（康德语）的结果。其二，叙事的法则是合理——合乎事物的因果联系规律，合乎电视观众欣赏节目时的注意力规律。

以是否有利于促成节目的合理、流畅的叙事线索为尺度，可以给目前的电视节目在运用反打镜头方面提出以下建议：

首先，所有切入的反打镜头都必须纳入节目的整体叙事之中。游离于节目行动之外的“硬”切、“硬”插，站在电视观众的角度，都是对节目完整性的破坏，客观上造成电视观众跟节目内容发生“间离”，也是对电视观众欣赏权利的侵犯。事实上毫无节制的反打镜头体现的是一种宣传/广告式的叙事策略，它通过插入具有明确含义的现场观众的“反应镜头”来中断正常的叙事，以达到直接点出主题的目的。强加于人的做法不仅给电视观众造成欣赏障碍，而且常常会自我“解构”，自行“穿帮”。总之，反打镜头及镜头内容应力求避免成为赤裸裸展示节目“主题思想”的“传声筒”或“代言人”。

其次，合理流畅的叙事并不排斥出于主观目的（甚至广告目的）的抒情型反打，但主观性的意图最好以客观的面目出现，并尽量融合进节目的叙事行动之中。这样的要求当然说起来容易，做起来难，尤其对于某些承担着额外使命的电视节目而言。但变通的方法也不是没有。比如在插入时机和镜头的选择上精心设计、规划；也可以遵循电影、电视剧的拍摄程序，事先写出分镜头剧本；有预演条件的话，辅导现场观众进行配合，让他们的当场反应尽量自然、无镜头感和具有自觉的“亮相”意识，尤其不能直视镜头。能后期制作当然更好，可以将观众的反应镜头很到位很“唯美”地编辑进去。反之，如果必须现场切换，

则秉持宁缺毋滥的原则，用节目本身来吸引电视观众。总之，问题的关键是如何在现场观众的自然反应与编导人员的主观意图之间，以及在镜头作为电视观众的“眼睛”与给该“眼睛”施加以引导之间，找到可通约的地方，而这，归根结底仍是一个叙事的技巧问题。

第三，在技术操作层面，实际运用反打镜头时还要选择好镜头内容、镜头时间和镜头类型。先看镜头内容。电影领域发明反打镜头的初衷，是为了拍摄两人的对话交流，寻求通过技术手段把交谈双方融合在一起，形成统一的叙事。此原则对于电视节目同样适用，即，有交流才需要反打和对切，现场观众只有作为节目的参与一方才有资格出镜。节目现场“观”、“演”之间的交流可分为互动和反应两类。互动是指现场观众与节目融为一体，观众具有高度的参与性，此刻观众的行为、表情如自发表演、鼓掌、欢呼等都是反打镜头的合适内容，必要的话还可以采用长摇镜头来展示现场互动的全景，因为当观众反应成为节目不可分割的组成部分时，正拍还是反打似乎界限也模糊起来。反应即现场观众对节目的即时反馈。与热烈的互动行为相比，反应一般动作幅度小，“观者”的好恶态度流露于表情，更重要的，是“观”、“演”、“传”、“受”界限比较分明，现场观众恪守“观者”本分，不参与到节目中去。这当然也是一种交流，虽然是内在、单向的交流。反打镜头以现场观众的反应为内容时，除了应掌握好后面将论及的镜头时间和镜头类型外，还要考虑电视观众的接受心理，不能让现场观众的表情跟电视观众的感受之间发生错位，出现屏幕里热、屏幕外冷的情况。反打镜头最忌频频对准既无交流也非反应的场景。一些节目，如“大讲堂”之类，可能编导们觉得单一的正打镜头太过单调，为了有所变化起见，常插入现场观众的“听讲”镜头，持续的时间还挺长。殊不知这类镜头等同于电影里的空镜头，极易造成电视观众跟电视节目的间离，而无端的间离是叙事上的大忌。在这一点上，2005年春节晚会“千手观音”就做得很好，十几分钟的节目，没有插入一个关于观众的反应镜头，从而保证了节目叙事的完整和电视观众观赏时的一气呵成。这并非是说“千手观音”之类节目跟现场观众之间没有交流，而是说，尽管“千手观音”所引起的现场交流（如现场观众表现出的惊羨、全神贯注）更自然且更真实，但对于同样处于高度移情状态的电视观众而言，他们无暇顾及也不需要留意别的观众有何反应。由此牵涉出另一条定律，即：需要观众集中注意力的节目，反打镜头应少用甚或不用。原因很简单，此时电视观众和现场观众不再是“看”与“被看”的关系——当两类观众的注意力都集中于节目本身时，他们便实现了视点的重合（目光都对准表演区或讲台）和身份的同一（场内观众和电视观众终归都是观众，看节目才是本分）。如果这时还有反打镜头，给人的感觉就恰似一个不专心听讲的学生回过头来左顾右盼般的不自然。遗憾的是在各类“大讲堂”节目中，我们经常被迫遭受诸如此类的“难堪”。

反打镜头的合理与否还取决于对镜头类型的选择。卓

别林有一句经验之谈：“拍喜剧片用全景，拍悲剧片用特写。”将该准则移植到电视节目中也通，比如一些访谈、对话节目，如果属于“以情感人”类的，那么为了抒情之需，不妨多切入显示现场观众情感特征的特写镜头，只要观众的表情符合节目当时的情境。“优秀的特写都是富有抒情味的”，巴拉兹如是说。当然选配适宜的观众反应镜头对于当场切换来说难度较大，后期制作则相对容易些。另外，倘若节目本身缺乏足够的吸引力，过多的特写镜头则容易给人以虚假和说教的感觉。反之对于喜剧性的节目内容，反打镜头宜于采用中景和全景来展示现场观众的普遍反应（而非个体反应），以造成电视观众与现场观众“相视而笑”的效果。中景和全景镜头意味着距离，距离能使情感中立和超脱，而情感中立和超脱是喜剧性效果产生的前提。

镜头时间指的是反打镜头的持续时间及反打镜头插入的时机。反打镜头的持续时间宜短不宜长，否则就有喧宾夺主之嫌，除非现场观众的反应特别感人或特别重要，以至成为电视节目的一部分。实践中有一个指标可以判别镜头持续时间是否得宜，那就是在编导人员的主观意图里，他是想让电视观众仅止于感觉到现场观众的瞬间反应——

注释：

路易斯·贾内梯：《认识电影》，胡尧子等译，中国电影出版社1997年版，第43页。

〔匈〕贝拉·巴拉兹：《电影美学》，何力译，中国电影出版社1986年版，第47页。

（作者系厦门大学新闻传播系副教授）

【责任编辑：赵 均】

## 方言类电视节目的生存与发展

王 培

近年来，随着我国电视传媒业改革的不断深入，各类型频道的大量开播，电视媒体的竞争日益加剧，而我国既有的这种中央、省、市各级电视台在城市交叉覆盖的电视体制，更加重了地方电视台的生存压力，为了突破这种困局，一些地方电视台纷纷在节目的个性化、本土化、分众化方面进行改造。于是，方言类电视节目在很短的时间内呈现勃兴之势，一度成为电视台收视新的增长点。

成都、重庆两地是方言类电视节目“出头”较早、且颇为活跃的地区之一。众所周知，仅成都一地就有《经济麻辣烫》、《天府食坊》、《串串香》等相继“出台”的方言类节目。材料表明，成都地区电视台拥有的方言类节目占总节目比例的1/40。2005年8月1日，四川电视台经济频道进行了全面改版。该频道在每天晚上10点之后开辟了“方言电视”时段，连续推出数档四川话方言栏目，大张旗鼓地搞起了电视节目的“方言工程”。

重庆电视台的老牌栏目《雾都夜话》坚守“方言情景

动作，还是出于其他方面的考量而力图让电视观众看清甚至记住节目现场的特定观众的特定形象。动作是叙事中的动作，形象则外在于叙事；动作是自然的，形象是静止和人为的；动作能反映事物发展的全貌，形象一般被用于突出和强调事物的主题或意义。因此，电视节目制作如果以动作为本，其反打镜头的延续时间会比较恰当；假如以形象为本，则一定会有镜头的拖拉和延宕。在选择反打镜头的切入点时，除了前面所述不与观众的注意力的法则相悖外，还要避免声画对位这一现象。声画对位是指在节目进行的关键处，电视观众只能闻其声，呈现于屏幕上的却是观众席的画面。声画对位的根源是镜头的“话语权”作怪——它强迫电视观众关注节目“剧情”以外的东西。切入时机不当还表现为镜头切入的一刻跟现场观众的反应之间存有时间差。比如当相声的“包袱”被抖开，或者节目有高潮，电视编导出于对节目效果的自信，会在现场观众做出反应之前就给出反打镜头，现场观众也很配合，立即以鼓掌作为回应。这种理性化、秩序化的镜头处理，让旁观者看来，似乎掌声是响应镜头的“召唤”的结果，而并非节目本身自然而然激发出的产物，“观”“演”双方的互动露出了经过排练和组织的痕迹。

剧”阵地，持续十年而初衷不改。作为新贵，重庆方言的《生活麻辣烫》充分利用重庆方言的独特魅力，将市井生活作适当夸张，演绎成城乡平民喜闻乐见的电视快餐，甫一出现，收视率就一举上蹿至重庆地区前三名，并一直不曾发生明显下滑。

目前在广州地区当地电视台节目中最红火的节目《新闻日日睇》也是采用了粤语播出。《新闻日日睇》收视从创办时0.01%起步，高歌猛进，最高峰值于2005年3月份达到11.28%。据不久前统计，其周平均收视率已然突破7%大关。在广州地区所有境内外电视民生新闻节目中，《新闻日日睇》的收视一路领先。

而在浙江省，以《我和你说》、《杭州佬》等为代表的各类方言类节目数量已达10余档。其中杭州电视台西湖明珠频道开播的另类的新闻节目《阿六头说新闻》，采用杭州话作为播报语言，连说带比划，嬉笑怒骂，收视率居当地电视节目榜首。